完善分时度假市场，促进休闲产业发展

作者：陈 纲　　文件分类：旅游研究　　发表于：2008-1-2

核心提示语：　在我国，随着经济社会的发展，人们生活水平的不断提高和闲暇时间的增多，一个大众化的休闲时代正在到来。休闲逐渐成为现代生活的一个组成部分，为人们在职业活动以外追求个人兴趣的充分发展、身体素质和心理素质的全面提高，提供了现实的条件和实施的载体。休闲理念的确立是人类社会走向现代文明的重要标志，由此，一个全新的休闲产业概念应运而生。

在我国，随着经济社会的发展，人们生活水平的不断提高和闲暇时间的增多，一个大众化的休闲时代正在到来。休闲逐渐成为现代生活的一个组成部分，为人们在职业活动以外追求个人兴趣的充分发展、身体素质和心理素质的全面提高，提供了现实的条件和实施的载体。休闲理念的确立是人类社会走向现代文明的重要标志，由此，一个全新的休闲产业概念应运而生。

休闲产业至今尚无明确的定义，主要指第三产业中占主体地位的现代服务业，比较宽泛的产业链应该包括文化娱乐业、旅游业中的休闲度假业以及康体健身服务业等等。

长期以来，我国大部分经济学家忽视休闲的经济功能。休闲活动被认为有碍于生产力的发展，是无产出的。更有甚者，休闲被认为是放纵和浪费的根源，与必要的节约和资本积累相对立，因此持否定的态度。如今，休闲刺激消费从而促进生产力发展的观点开始得到认同，理论界开始研究休闲的经济功能和带动相关经济发展的作用。

人们休闲的方式，因个人的生活习惯、偏好和价值观而异，呈现多种形式。在日常生活中，人们通过各种文化、游憩、娱乐、运动等形式进行短暂的休息；一旦获得较长的休假时间，通常外出旅游度假，达到放松身心以恢复精力与体力的目的，经济条件好的，在自己的别墅中度假。在一些经济发达国家，对于大众人群来说，通常则采用分时度假的形式。在中国，分时度假尚处于理念导入阶段，缺乏广泛的群众基础，分时度假市场也缺乏规范。

分时度假，最初是指人们在度假地购买房产时，只购买部分时段的产权，几户人家共同拥有一所房产，共同维护、分时使用的度假形式，后来逐渐改变成每户人家在每年拥有某一时间段的度假地房产使用权。

七十年代始，美国等地大批空置的房产项目加入到分时度假产品的行列中。一些公司因此而创造了分时度假交换系统，即凡是拥有度假房产使用权的消费者，可以将自己的度假房产使用权加入该系统，并通过该网络系统在全球的范围内换取同等级但位于不同地区的度假房屋使用权。这意味着部分度假房产权的拥有者可以在同等产权条件下，在不同时间、不同地点进行度假选择，这大大提高了分时度假产品对顾客需求的满足度。

到了九十年代，较早进入分时度假领域的迪斯尼公司率先推出了分数制，即顾客不必付一笔钱去购买某度假地一段时间的房产使用权来加入该交换系统，而只需购买一定的分数(或称点数)，用所购买的分数来选择已将价格折合成分数制的住宿和娱乐等产品。分数制的推出是分时度假产品的又一次制度革新，它标志着分时度假系统进入更加科学和更加完善的阶段。

分时度假，从某个层面来说是旅游业和房地产业相结合的产物，是二者的产业扩张和相互交错发展的结果。它的产生有两大因素：第一，提供新的旅游与休闲的方式，满足消费者休闲度假的需求。第二，有利于房产开发商变现积压房产。分时度假业的出现满足了这两方面的需求，同时也促进了分时度假业自身的进一步发展。究其本质而言，分时度假产品是介于房地产产品和酒店产品之间的一种中间产品。消费者只拥有度假房间的被分割的使用权，分割后销售的度假产品，失去产权的完整性；与酒店产品相比，则具有比酒店产品更多的自主权和稳定性。因此，分时度假可以说是将房产住宿权按一定方式分割出售的一种住宿产品。

基于对分时度假产业兴起的环境因素分析，我国已经基本具备了发展分时度假的条件。当前在我国，一方面旅游业不断升温，另一方面商品房开始出现大量积压，分时度假无疑是拉动内需、变现积压房产的最佳途径，其最终将促进我国的休闲产业不断向纵深发展。此外，分时度假业规范健康的发展必将对均衡旅游市场的淡旺季和旅游产品结构调整起到极其重要的作用。

但是，我们必须认识到，由于我国整体社会经济发展水平与发达国家存在较大差距，以及在制度约束、文化传统等方面的差异，国外市场上已经十分成熟的分时度假产品，在我国市场上却面临多方面的问题：

第一，对分时度假概念理解模糊。众多涉足该行业的开发商都将分时度假仅仅看作是推销积压房产又一手段，追求短期效益的最大化，没有充分考虑消费者的需求和权益，行业发展缺乏坚实的基础；

第二，价格过高导致市场萎缩。分时度假产品所能产生并发展的重要原因之一就在于可以降低度假费用。但分时度假产品在引入我国的过程中，许多开发商在市场营销策划方面不到位，使得分时度假产品可以降低度假费用的功能体现不出来，反而因价格过高使其在消费者眼中形成了奢侈品的印象；

第三，制度因素制约了分时度假市场的发展。我国带薪休假制度并未普遍实施，一般居民无法自由安排度假时间。出游时间过于集中，妨碍了分时度假市场的发育；另一方面，公民出境旅游的区域限制使分时度假的空间的可交换性受到制约从而大大降低了分时度假产品的吸引力；

第四，市场缺乏规范。分时度假产品在引入国内后，开发商的急功近利导致市场的无序竞争，在消费者中造成了较大的负面影响。目前国内相关的管理部门并未出台法律、法规对市场进行有效的调控。

分时度假业在我国的发展将是一个长期渐进的过程。这一新兴的休闲产业要适应诸多不利环境，实现健康快速的发展，继而融入国际休闲产业大环境，必须从以下各方面入手，完善分时度假市场，促进休闲产业的发展：

——从产品的价格入手进行产品的变革。根据国外的成功经验，分时度假产品应追求规模效应。只有目标市场规模足够大，消

中国旅游专家智库

汇集了一批以《中国旅游业要览》编委成员为核心的中国旅游界一流的专家、学者和权威人士，以2006彩色精装版《中国旅游业要览》、 中国旅游信息网、论坛及推广活动等三个层面展开运作，共同打造建立一个跨行业的中国旅游高端交流平台，对中国旅游发展中的前端课题，以及旅游发展中出现的难点、热点，从不同学科领域和角度展开广泛的交流研讨，积极为政府旅游决策和旅游企业的发展建言献策。

推荐文章

- 从实践中寻找规律 用科学理论..
- 监测与预警：为旅游业又好又快..
- 旅游高等院校人才培养 贵在特..
- 消费券非福利 带薪假期不现实
- 2008年旅游经济回顾与20..
- 2008中国饭店业十大发展动..
- 2007年中国酒店产业发展新趋势
- 中国旅游饭店业的投资策略介绍
- 旅游品牌建设研究
- 国际国内外饭店投资管理的成功启示

阅读排行榜

- 中国旅游规划发展状况及前景展望
- 中国旅游业的发展趋势浅谈
- 旅游业软硬文章各不同
- 加强旅游设施建设 提高企业..
- 专业专注打造“西部假期”
- 打造“清文化第一品牌”主题公园
- 舞出龙狮威风 武显中国气派
- 论以科技园区为背景的农业旅游..
- 市场经济条件下风景资源管理体..
- 注重服务细节，创立海悦品牌

费者足够多，开发商才能充分利用现有资源，实现最小成本和利润最大化经营。

——加强联合，建立和健全国内分时度假网络。当前，开发商应该充分利用国内现有的度假资源，组建健全的分时度假网络。通过建立交换公司或成立度假联盟，可以加强经营商之间的联合，提升产品的价值，充分体现其可交换性的特点，满足消费者多样化的度假需求。

——着力打造品牌，推广分时度假理念。分时度假产品自进入我国后，涉足的商家众多，竞争激烈，但并未出现真正为消费者熟悉的品牌。开发商应重视品牌功效，以特色创品牌，将分时度假的理念与产品的形象进行有效的整合、包装，然后推向市场。

——加强与政府管理部门的沟通，实现与国际市场的有效整合。一是要促使带薪休假制度尽快普遍实施，真正体现出分时度假产品消费时间的可交换性。二是要努力拓宽出境旅游的可选择面，真正体现分时度假产品空间的可交换性，利用国外已经发展成熟的市场，有力的带动国内市场的发展。

——有效规范市场，保护消费者权益。一是管理部门要制定符合中国市场特点的分时度假法规，以此来约束经营者的行为，切实保证消费者的权益。二是建立规范的行业自律制度。行业规范包括：建立保障金制度；建立冷静期制度，（即明确规定分时度假产品的购买者享有在“冷静期”内无条件退回产品的权利，以防止强制性销售）；提供退款保障制度，（当顾客在规定的“冷静期”内提出退款要求之后，保证消费者能够得到自己所支付的款项）；采用统一的合同范本；建立行业协会，促使经营者做到行业自律。

关于我们 - 诚聘英才 - 招商合作 - 付款方式 - 版权声明 - 网站导航 - 会员服务 - 广告服务 - 联系我们

中国旅游信息网 《中国旅游业要览》编辑委员会 版权所有 © 1997-2009 电子邮箱：yl@cthy.com hotel@cthy.com

中国旅游信息网 总部地址：广州麓景路广州大学裕达隆大楼1908室 邮编：510091
商务部地址：广州市珠江新城华强路3号富力盈力大厦(史丹尼国际公寓)南塔1214室 邮编：510630
电话：020-83480181 酒店预订：020-83480900 传真：020-83504530
粤ICP备05068776号

热门城市酒店	北京酒店预订	广州酒店预订	上海酒店预订	深圳酒店预订	杭州酒店预订	三亚酒店预订	香港酒店预订	长春酒店预订	张家界酒店预订
	成都酒店预订	青岛酒店预订	大连酒店预订	苏州酒店预订	南京酒店预订	重庆酒店预订	东莞酒店预订	福州酒店预订	哈尔滨酒店预订
	宁波酒店预订	温州酒店预订	沈阳酒店预订	天津酒店预订	武汉酒店预订	厦门酒店预订	太原酒店预订	南宁酒店预订	九寨沟酒店预订
	郑州酒店预订	澳门酒店预订	西安酒店预订	珠海酒店预订	昆明酒店预订	桂林酒店预订	长沙酒店预订	长沙酒店预订	石家庄酒店预订